



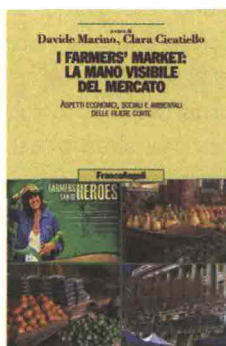
Uno studio sui Farmer's market diventa un libro.  
Per entrare in una dimensione a chilometro zero  
che ha contagiato il consumatore italiano

## Il mercato contadino cambierà il mondo

di LUCA BALDAZZI

Sono ormai migliaia. Concentrati soprattutto al Nord (61%), ma presenti anche nel Sud (20%) e nel Centro Italia (19%). Si trovano spesso in paesi e città piccole e medie, dai 10mila ai 50mila abitanti, e aprono al pubblico una volta alla settimana, di solito la mattina.

Ecco una prima fotografia dei Farmer's Market italiani: il fenomeno della filiera corta e della vendita diretta di prodotti alimentari "a chilometro zero" è in forte crescita negli ultimi anni, e per la prima volta uno studio lo analizza in modo organico, dal punto di vista economico, ambientale, legislativo e sociale. Il saggio "I Farmer's market" nasce nell'ambito di un'indagine nazionale promossa dal ministero delle Politiche agricole e coordinata da Davide Marino, professore dell'Università del Molise, con i contributi di diversi docenti e studiosi. L'obiettivo iniziale era saperne di più sui vari "Mercati della terra" e affini, sul favore crescente che sembrano incontrare da parte dei consumatori e sul loro impatto sul commercio e sulla grande distribuzione. Dal volume emerge un panorama molto interessante, che non è fatto solo di aride cifre e statistiche. I Farmer's market piacciono, tra gli altri motivi, perché creano un senso di "comunità", appartenenza e radicamento sul territorio, fiducia nel produttore: tutti "valori non economici" che a volte, per i consumatori, risultano più importanti della convenienza stessa dei prezzi. Il quadro cambia, naturalmente, da regione a regione.



In Veneto, ad esempio, i clienti dei mercati contadini sono in prevalenza donne, in media sulla cinquantina, di istruzione e redditi medi-alti: comprano prima di tutto frutta e verdura, ma molto spesso anche prodotti lattiero-caseari. Lo stesso accade a Napoli, dove però i clienti

dichiarano come primi motivi d'acquisto "il risparmio" e "la qualità" dei prodotti. In Emilia-Romagna si va affermando la vendita del latte crudo. In altri Paesi, come la Scozia, sono invece le carni i prodotti più acquistati. Tra le circa 15mila aziende italiane che partecipano ai Farmer's Market, inoltre, si registra una buona presenza di giovani imprenditori agricoli e allevatori: la filiera corta resta una nicchia, ma significativa, a suo modo, anche nel combattere la disoccupazione. Oltre ai vantaggi, naturalmente, esistono problemi che questa ricerca non manca di sottolineare. Ma certamente, di fronte alla crisi economica, i Farmer's market lanciano una sfida e indicano una strada di innovazione. Aiutando, soprattutto, la sopravvivenza delle aziende agro-zootecniche più piccole che non hanno le dimensioni per integrarsi con la grande distribuzione.

Davide Marino, Clara Cicatiello

**I Farmer's market:  
la mano visibile del mercato**

Edizioni **Franco Angeli**  
368 pagine, 35 euro (edizione a stampa)  
o 30 euro (e-book)



n. 3 - 6 FEBBRAIO 2013